新媒体时代传统电视媒体的困境与转型思路研究

苏 哲 董仲秋
（山东省济宁市曲阜市融媒体中心，山东 曲阜 273100）

摘 要：随着当前社会经济的发展和科学技术的进步，我国的综合国力一直在不断提高，在这样的发展趋势下，互联网时代成为主流趋势，在各行各业中互联网环境的打造和技术的应用都越发广泛，并且取得了一定的成果。在电视媒体发展领域中，新媒体时代已经到来，并且取代了很多传统媒体的发展领域，传统电视媒体想要在新媒体时代下占据一席之位，并且能够稳定健康的发展，必须要做出一些改变。基于此，本文针对新媒体时代传统电视媒体的困境与转型思路进行研究。

关键词：传统媒体；新媒体；传播速度快；存储量大；拓宽渠道 **中图分类号：**G220.7 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）04-044-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.04.008
本文著录格式：苏哲，董仲秋．新媒体时代传统电视媒体的困境与转型思路研究 [J]. 中国传媒科技，2021（04）：44-46.

导语

所谓“科技改变生活”，随着科学技术的不断发展，必然会有一些传统技术被淘汰，在新媒体时代到来之后，传统电视媒体受到了很大的冲击，当前传统电视媒体的发展越来越艰难，如果还不能在新媒体时代下开拓出一条新的发展道路，那么前景堪忧。但是由于传统电视媒体发展平稳、时间漫长，积累了很多丰富的经验和优质的内容，这些都是传统电视媒体的优势，因此传统电视媒体要在保持自身优势的前提下，正视当前所面临的困境，根据困境分析原因，从而制定科学有效的转型思路和策略。

1. 传统电视媒体的弊端

传统电视媒体与新媒体相比最主要的弊端在于缺乏互动，新媒体能够通过互联网技术与观众实现实时互动，能够将观众的意见和想法第一时间接收到，并且根据这些信息来进行优化和完善，掌握第一手信息。但是传统电视媒体无法实现这一功能，观众只能通过电视观看节目，但是无法发表自己的想法，传统电视媒体与受众之间无法进行及时的交流。另一方面传统电视媒体受条件的限制，制作周期长，线性播放方式单一，观众一旦错过播放别无他法，无法返回重新观看，影响观众的观感体验。而且传递的信息大多比较滞后，加之传统电视媒体不同于新媒体可以进行播放，除了一些重大新闻能够进行直播，很多新闻都需要加工处理之后再播放出来，观众接收到的时候已经变成了“旧闻”，失去了最初的热情。而且传播速度相对较慢，范围较窄，对于一些重要的国家新闻和政策，很多老百姓并不能及时了解。

2. 新媒体的优势

2.1 观众具有主动选择权

新媒体与传统电视媒体相比具有很多优势，新媒体的优势加速了国民经济和文化的发展，为祖国建设提供了重要的技术支持。在新媒体时代下，观众具有更高的主动选择权。第一，观众能够按照自己的喜好选择想要观看的节目内容、节目时间，哪怕错过了正常的播放时间，观众也可以通过互联网搜索重新观看，不再受制于节目的编排；第二，观众针对自己感兴趣的内容可以反复观看，满足不同受众的需求。

2.2 互动十分便捷

在传统电视媒体中，节目主办方和观众之间是完全独立的两个群体，观众如果对于节目有任何意见或建议，也没有途径去传达。这导致观众的观感体验也不好，节目主办方也无法了解观众真实的想法，无法通过有效的反馈来进行优化和改进。而在新媒体时代下，观众可以借助微博、贴吧、弹幕等形式边看边说，与朋友或者是陌生人针对节目进行讨论，大大满足了受众的参与感。通过便捷的互动也可以让主办方了解到受众的想法，针对节目进行改进。

2.3 即时传播速度快

新媒体的先天优势之一在于即时传播速度快，无论发生任何重大事件，都可以在第一时间通过图片、微博、微信等形式第一时间将其传播出去，传播速度快、传播范围广，能够将新闻事件即时真实地传递出去，让广大受众迅速感知。通过新媒体进行信息传播可以解决很多问题，让更多的人了解到最新事件和新闻。

2.4 存储量巨大

新媒体仿佛一个巨大的仓库，能够将各个领域、各种类型的新闻、资讯、事件等存储进来，包罗万象，无论是大事小情都能够在互联网中找到，可谓是“上知天文下知地理”。观众可以按照自己的喜好随时随地的搜索想要的信息，并且能够与身边人进行实时分享。

新媒体具有非常多的优势，但是任何事情都具有两面性，新媒体也是一把“双刃剑”，为此传统电视媒体在转型的道路上要客观认识新媒体，借鉴其优势，规避其弊端，通过客观地评价和科学的融合实现传统电视媒

体的正确转型，绝不能过度依赖新媒体，将传统电视媒体的一切都摒弃。

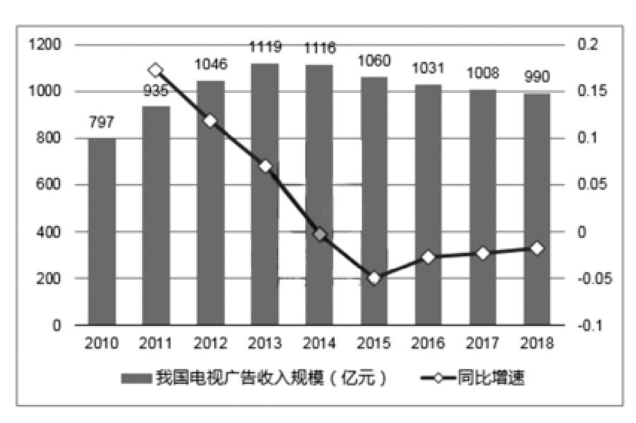
3. 新媒体时代传统电视媒体的困境

3.1 观看时间减少

通过近年来大数据的统计分析，可以发现观看电视的人越来越少，很多家庭中已经不再把电视看作一个必需性电器，而使用网络和其他新媒体的受众比例却在逐年增加，互联网普及率在逐年上升。在这样的数据下，给传统电视媒体带来了很大的发展困境和挑战，如果传统电视媒体不能在现有基础上开出“新花”，那么处境将十分危险，近年来各大电视台的收视率也呈现下降趋势，包括湖南、浙江、江苏等热门电视台的收视率也越来越不乐观，这给传统电视媒体的发展带来了巨大的压力，同时也预示着传统电视媒体的转型势在必行。

3.2 广告收入逐渐降低

传统电视媒体的主要收入来源就是广告，可是由于近年来受到新媒体的冲击，传统电视媒体的广告收入也不乐观，由于观看人数的减少、收视率的下降，越来越多的受众被新媒体市场所吸引，受众分流现象成为了必然，为此传统电视媒体的广告收入也越来越少。当前越来越多的企业更愿意将广告投入到新媒体中，以此来为自身企业创造更大的经济效益。由于看不到传统电视媒体的发展希望，很少有人愿意再将广告投入到传统电视媒体中，广告客户的流失是造成收入降低的主要原因。新媒体凭借广告成本低、影响力大等优势，正在逐步分享传统电视媒体的市场蛋糕。[1]



2010-2018 我国电视广告收入规模及同比递增

3.3 电视受众老龄化

当前传统电视媒体的受众已经在逐渐减少，在剩余的受众中 90% 都是老年人，这已经成为当前的一种趋势。很多年轻人哪怕家里有电视，可是他们更愿意用手机、平板等来观看节目、浏览新闻，年轻一代对于传统电视媒体的需求越来越低，电视已经成为可有可无的存在，很多年轻人家里的电视成为了摆设，可见当前传统电视媒体的受众群体逐渐呈现老龄化的趋势。因为老年人对于新鲜事物的接受能力较年轻人较差，因此他们通过传统电视媒体接收到的信息也有限，这就从另一方面造成了信息传递的无效性。

3.4 媒体融合不完善

传统电视媒体已经认识到必须要转型来寻求新出路，近年来也在逐渐与新媒体进行融合，并且已经做出了多种尝试，但是尝试的结果并不是很理想，传统电视媒体与新媒体之间的融合不够完善，主要有三点原因：一是资金问题，传统电视媒体当前的收视率较低，没有很好的广告创收，导致其资金链出现供应不上的问题；二是专业化人才稀缺，不具备将传统电视媒体与新媒体有效融合的能力和经验；三是传统电视媒体体制的制约，传统电视媒体由于发展时间较长，有很多体制已经是一种根深蒂固的存在，想要将其与新媒体融合，必须要先打破这些束缚，打破这些束缚具有一定的难度。为了实现传统电视媒体与新媒体之间的有效融合，传统电视媒体必须引入新理念、新技术、新人才，要求达到良好的传播效果。媒体融合不完善是制约传统电视媒体转型的关键因素。

4. 新媒体时代传统电视媒体转型的必要性

当今时代是一个属于新媒体的时代。在这一时代下运生了很多大 v、网红、微商、博主甚至是草根明星。这些人都是新媒体的受益者，新媒体让传媒变得更加亲民化，很多人都受益于新媒体的推广模式，大多数的流量都流入到了新媒体当中，当下人们生活节奏较快，再也没有过多的时间去守在电视机前等待收看电视节目，反之，受众们更希望以自我时间为导向，而不是电视节目播出时间导向，这是新媒体可以获得成功的重要因素之一，同时也是导致许多电视台收视率大大降低的重要原因。当今一些优秀的电视台，例如湖南电视台、浙江电视台、上海电视台、江苏电视台等，无一不是与新媒体合作进行推陈出新并得到了大众的认可，湖南电视台甚至推广了自己的 App——芒果 TV。所以，传统电视媒体必须与新媒体进行融合，运用新媒体的热潮去推动传统电视媒体的发展，两者可以形成互帮互助、合作共赢的局面，这是当今的时代潮流，必须要加强传统电视媒体与新媒体的融合。[2]

5. 新媒体时代传统电视媒体的转型思路

在新媒体时代下，对于传统电视媒体的转型思路主要从两个大方面来考虑，一是对传统电视媒体本身进行创新，挖掘和放大传统电视媒体的优势，在此基础开出“新花”，让传统电视媒体自我有所创新；二是将新媒体时代的优势进行合理的引入，以一种平衡的方式将传统电视媒体与新媒体有机整合。

5.1 发挥传统电视媒体的本身优势

首先，要在传统电视媒体中加强网络平台的建设，在播放电视节目的同时同步播放网络节目，可以发现很

多电视媒体已经开始朝着这个方向迈进，但是目前普及率并不是很高，还有一些收费项目很少有受众愿意为此买单，因此还需要不断的优化和完善。其次，传统电视媒体要打造王牌节目，要想占领市场必须要牢记“内容为王”。我们发现新媒体的优势虽然有很多，但是决定新媒体发展效果的最主要的原因还是在于内容质量。当前很多网络节目深受人们的喜爱都是因为内容精良且形式新颖。比如近几年比较火的《奔跑吧》《密室大逃脱》等，因此传统电视媒体必须要不断打造属于自己的品牌节目，这不仅能够实现成功转型，而且可以为电视台提供创收，满足受众口味。再次，传统电视媒体应该拓展多种盈利模式，不要将广告作为唯一的创收方式，尤其为了应对“限广令”的颁发，传统电视媒体更要进一步思考和解决这一问题。

5.2　借助新媒体提升影响力

传统电视媒体在转型的道路上要学会“借力打力”，借助新媒体的力量提升电视节目的影响力和传播力，让两者融合之后发挥“1+1>2”的效果，让传统电视媒体也能够与观众进行互动，让受众能够发表自己的想法和见解。虽然有些新媒体的功能传统电视媒体做不到，但是传统电视媒体可以借助互联网技术，以各种新媒体为媒介进行电视节目的宣传，比如通过微博、微信、网站等线上平台宣传即将要上映的电视节目，在开播之前充分吸引受众的关注，激发受众的好奇心，做好前期宣传工作，这样在节目上映时效果能够更好。

5.3　工作者角色要有所转变

所有传统电视媒体的工作者，包括记者、采编、后期等人员对于传统电视媒体的转型都发挥着至关重要的作用。在新媒体时代下，所有的工作者角色必须有所转变，以此来推动传统电视媒体的成功转型。首先，在新媒体时代下，媒体工作者不能再只依靠一个本和一支笔来进行工作，在收集信息、打造节目的过程中要不断学习新技术，并且能够将其熟练掌握，要提升自身的信息素养来完成更加高难度的媒体工作。传统电视媒体对于媒体工作者的要求主要有文字和摄像两方面，两者分工合作，共同完成节目制作。但是在新媒体时代下，要求媒体工作者是全能型人才，需要掌握写作、编辑、摄像、剪辑等多种能力。其次，所有媒体工作者需要深入打入群众中，对于群众所喜爱的任何类型的电视节目都要有接受和挖掘的能力，在高大上和接地气之间自由穿梭，满足不同受众的需求。最后所有的媒体工作者都要有数据整理和信息分析的能力，要能够透过现象看本质，通过一些小事来反映一些社会现象，切实反映人民群众的问题和需求，为其解决困难，这样的节目才会深受人民群众的喜爱，真实反映民生现状。

5.4　拓宽广告传播渠道

在新媒体时代下，传统电视媒体要在立足于自身优势的基础上，借助新媒体的优势来拓宽广告传播渠道，让传统的电视媒体能够发挥出一些新价值。比如网络电视、移动电视等新平台就是新媒体与传统电视媒体融合的产物。在此前提下，传统电视媒体可以建立自己卫视的网站，在网站上进行电视节目的宣传，为电视节目打广告、做推广，还可以添加一些视频搜索引擎等功能，以此来丰富传统电视媒体的内容和形式。与此同时传统电视媒体可以打造网络电视台，在网络电视台中可以同步直播电视节目，并逐渐增加节目点播、视频分享、交流互动等功能。比如湖南卫视开设了芒果电视微博、芒果电视客户端手机版等，通过这些形式拓宽了广告传播渠道，实现了广告的创收。

5.5　创新产业发展机制

对于传统电视媒体的转型思路，创新产业发展机制是一个终极性的目标，面对新媒体的冲击和全球化的大背景下，文化竞争格局已经形成。为了在这场文化竞争中能够崭露头角就必须要创新产业发展机制，解决传统电视媒体的遗留问题。对于产业发展机制的创新可以从研究媒体行业的新动态、新思想、新理念等出发，让传统电视媒体能够从单一化走向多样化的发展轨道。所有电视节目的制作生产不仅要满足受众的需求，也要能够创造一定的经济效益和社会价值，给人们正确价值观念的树立提供一定的借鉴价值和引领意义。

结语

综上所述，当前已经进入新媒体时代，这已经成为主要趋势并且在未来也将持续很长时间，这给传统电视媒体造成了较大的冲击。为此传统电视媒体必须要认识到当前所处的困境和现状，在保持原有优势的前提下与新媒体有效融合，促进传统电视媒体的成功转型。只有这样传统电视媒体才能够继续发展下去，创新和转型才是“活下去”的唯一路径。媒

参考文献

[1] 陈四海 . 新媒体时代传统电视媒体的困境及出路 [J]. 军事记者，2014（1）：50-51.

[2] 宋姗姗 . 浅谈城市电视台与新媒体融合发展举措 [J]. 传播力研究，2019（22）：69-70.

作者简介：苏哲（1985-），男，山东省曲阜市，国家二级播音员，研究方向：新媒体发展；董仲秋（1977-），女，山东省济南市，国家二级播音员，研究方向：新媒体发展。

（责任编辑：胡杨）